

Estación COL

Yuddi Alexandra Pasos Méndez
David Alejandro Navas

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior CUN
Administración Turística y Hotelera 6to semestre
Cumbre
Opción De Grado 2
Bogotá D.C 2017

ACEPTACION

DIRECTOR

JURADO

JURADO

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
INTRODUCCIÓN	6
JUSTIFICACIÓN	8
DESCRIPCION GENERAL	9
MARCO LEGAL	9
OBJETIVO GENERAL.....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
IDENTIDAD ESTRATEGICA.....	11
FUTURO PREFERIDO.....	11
VALORES.....	11
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	12
PESTEL.....	14
ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS - INFLUENCIA DEL MACRO ENTORNO.....	22
FUERZAS INDUCTORAS FO.....	23
MATRIZ DE DESPLIEGE ESTRATEGICO GENERATIVA.....	25
CADENA DE VALOR.....	26
NOMINA.....	29
OBJETIVOS ESTUDIOS DE MERCADO.....	30
DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	30
UBICACIÓN.....	31
VOLUMEN.....	32
GUSTOS.....	33
ENCUESTA.....	35
PROTOTIPO.....	63
CONCLUSIONES.....	71
BIBLIOGRAFIA.....	72
Evidencias.....	73

DEDICATORIA

A Dios por darnos la vida y los medios para conseguir este sueño de ser un profesional integro.

A mis padres por su apoyo constante y amor incondicional desde mi niñez y hasta lo que soy hoy en día.

A mi gran amor por hacerme la persona más feliz, con su paciencia, ternura, compromiso en cada una de las etapas que viví durante estos años en la universidad.

A mis hermanos que son fuente de inspiración y lucha para salir adelante. Y por último a mis amigos y compañeros por aprender un poco de cada uno y por los instantes de compañía.

AGRADECIMIENTOS

Los autores del presente proyecto expresan sus agradecimientos a:

A Dios, por bendecir nuestro camino de vida universitaria y convertirnos hoy en profesionales con valores éticos y morales para servir a la sociedad. A nuestro Director del proyecto, Carlos Alberto Lozano Moreno quien gracias a su conocimiento, constancia y continuo apoyo nos orientó al buen desarrollo del proyecto para lograr su puesta en marcha en la culminación de nuestros estudios. la Universidad Corporación Unificada Nacional , por ser la primera parte en ver la viabilidad de nuestro proyecto de grado y por el tiempo dedicado en las asesorías para la ejecución del presente trabajo, gracias a los todos los mencionados anteriormente y a la CUN, por formar profesionales íntegros bajo la visión lasallista, en la realización del proyecto de vida en cada uno de sus estudiantes. Y a todas aquellas personas que acompañaron nuestro proceso de aprendizaje y estadía en la universidad.

INTRODUCCIÓN

Con la idea de negocio a realizar lo que se pretende es una nueva oferta cultural colombiana, la cual en este caso es un 'bar' temático con las bebidas típicas colombianas cultura y música, queremos conocer las estrategias y marketing que conlleva el emprender esta idea. Por lo tanto este bar temático colombiano llamado 'Estación COL' se basa en el planteamiento de un nuevo local el cual se ubicará en el Centro internacional localidad centro cerca de la avenida el dorado, una de las avenidas más transitadas y principales de la ciudad, esta vía es un trayecto transitado por el fuerte de los turistas nacionales y extranjeros, sin dejar a un lado a los clientes de la ciudad quienes se detienen a disfrutar de una excelente bebida.

Este proyecto tiene como finalidad además de saciar una necesidad en la zona, que aunque cuenta con distintos lugares turísticos, restaurantes, parques, y hoteles no es el caso de una bar temático colombiano porque no son muy frecuentes y se planea esta idea futura que permita a los residentes y visitantes apreciar la cultura colombiana, ya que es una oferta única e original donde podrán pasar un rato agradable con cualquier tipo de persona. Nuestra idea surge de la apreciación de una necesidad insatisfecha. El mercado de bares temáticos en general ha experimentado en los últimos años un crecimiento vertiginoso. Sin embargo en los últimos tiempos ha presentado un cuadro de madurez, a pesar de la incesante proliferación de propuestas, nuestros clientes buscan un bar diferenciado y que al mismo tiempo los coloque en contacto con otra [cultura](#) a la que normalmente no se accede con facilidad. Así nació "Estación COL", un bar temático que apunta a una cultura única en el mundo. Donde encontramos un

amplio atractivo por su diversa riqueza en tradición, sus usos sus alimentos y costumbres.

‘Estación COL’ ofrece como propuesta diferente bebidas típicas colombianas como lo son Lulada, canelazo, chicha, champús’ entre otras o las bebidas con licor como por ejemplo el aguardiente llanero, se ofrecerá una carta de cócteles originales de la casa. Este bar se encargará de ofrecer un servicio único veraz y de calidad. Por lo cual también decidimos que su decoración estará dividida por regiones colombianas con utensilios típicos como el sombrero volteado, ruana, carriel etc. y que estos instrumentos puedan ser usados para una selfie. Por lo tanto ‘Estación COL’ se convertirá en una opción para los que buscan un ambiente propicio para la conversación, el esparcimiento y el entretenimiento al tiempo que se pueda disfrutar de algún trago o bebida típica colombiana. Por estas razones se vio conveniente que nuestro bar se instale en la zona mencionada, cerca de atractivos locales y teniendo en cuenta que hasta el momento no hay ninguna propuesta similar. Además dicha zona, es la zona de mayor crecimiento y desarrollo de propuestas empresariales de los últimos años en la ciudad de Bogotá.

Este proyecto beneficiara a los habitantes del lugar, así como a profesionales, campesinos, estudiantes de hotelería y turismo y al público en general. "Estación COL" es una propuesta para las personas que desean encontrar en un solo lugar una gran variedad de bebidas en un ambiente agradable, cómodo y con un servicio de calidad con una amplia selección de cócteles y licores exclusivamente colombianos. Su entorno ambientado con cultura colombiana, además los arreglos de nuestras riquezas hacen un escenario para diversos eventos, grupos, presentaciones, entre otros, y convierte nuestro lugar en el ideal para tomar un coctel y bebida después del trabajos.

JUSTIFICACIÓN

El proyecto se hace con el fin de realizar un bar temático, Ubicado en la Ciudad de Bogotá donde es una muy buena inversión; dado que en este lugar los bares son establecimientos que sí existen pero más en forma de licorerías, o cigarrerías y no como lugares de mayor categoría que no específicamente será caro sino que se presentará como un establecimiento diferente pero al alcance de todos los que quieren disfrutar de un buen ambiente.

Un bar es además un negocio el cual es muy bien aceptado por las personas, lo que lo convierte en una fuente de ingreso muy favorable para nosotros; y con una buena administración podemos hacer de este un lugar de mucho éxito para así poder apoyar la economía colombiana campesinos y demás mano de obra que tenga que ver con los elementos a utilizar, gracias al esfuerzo que hagamos por mantenerlo agradable; será así como la clientela será leal a nuestra idea, y su valor agregado arrasara con la competencia.

Dicho trabajo se hace dirigido hacia mayores de 18 años personas nacionales y extranjeros, ya que con esto se quiere ver qué nivel de satisfacción se genera en la población presente en el bar.

En vista de que no existe un bar con esta estructura específica, tradiciones y atenciones que nuestra ciudad necesita se optó por elegir este proyecto, además

es factible para ejecutarlo con el fin de que todos los jóvenes aprovechen este bar ya que es algo novedoso y agradable.

DESCRIPCION GENERAL

'Estación COL' es un bar temático, el cual surge de una idea innovadora que rescata, la cultura colombiana expresada en bebidas con o sin alcohol donde invita a visitantes a disfrutar de los diversos sabores del país acompañados de la buena música de los talentos colombianos.

MARCO LEGAL

- | | |
|----|--|
| 1. | 1. “Registro Nacional de Turismo”. Este registro se exige en el Artículo 13 de la Ley 1101 de noviembre de 2006 |
| 2. | 2. Inscripción a la cama de comercio y Rut |
| 3. | 3. DECRETO 246 DE 1989 |
| 4. | 4. ley 9 de 1979 / Decreto 1879 de Mayo 29 de 2008 / artículo 333 de la Constitución Política |
| 5. | 5. Ley 23 de 1982 / 84 de la Ley 962 de julio de 2005 / 164 de la Ley 23 de 1982 / 4 del Decreto 1879 de 2008 / artículo 4 de la Ley 223 de 1995 |
| 6. | 6. Cancelar los impuestos de carácter distrito y municipal |

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación de un Bar con identidad colombiana, en el sector del Centro Internacional donde se brinde nuevas alternativas de entretenimiento y variedad en productos y servicios

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Hacer un estudio de mercados basado en la observación de los productos, servicios y clientes de la competencia, mediante visitas a estos lugares y encuestas a los habitantes y transeúntes del sector, con el fin de establecer el grado de aceptación del Café Bar con identidad colombiana en Ciudad Salitre.
- Conocer el impacto ambiental que genera la creación del Café Bar con identidad colombiana en el sector de Ciudad Salitre, con el propósito de tomar las medidas correctivas y preventivas necesarias.
- Determinar la infraestructura, los proveedores, los insumos y el personal necesario para el funcionamiento diario del establecimiento, basado en la cuantificación de la demanda.
- Analizar las posibles estrategias de la organización, mediante una investigación teórico – práctica, del entorno interno y externo de la compañía.
- Identificar el trámite legal, los permisos necesarios y las entidades relacionadas con la creación de empresa, evitando de esta forma multas y sanciones.

- Recopilar los costos y gastos del estudio de mercados, ambiental, técnico, administrativo y legal con el fin de conocer el flujo de caja y rentabilidad del negocio.

IDENTIDAD ESTRATEGICA

Somos una compañía que ofrece un bar temático ,atractivo y exclusivo, bebidas de calidad y un excelente ambiente colombiano, brindando a nuestros clientes una atmosfera alegre y de distracción, acompañado de, música, y cultura, buscamos satisfacer las necesidades de diversión y esparcimiento de nuestros clientes a través de un servicio oportuno, que permita afianzar los lazos comerciales de la organización teniendo en cuenta que en este bar no solo podrán sentarse a conversar si no que también podrán conocer las culturas colombianas.

FUTURO PREFERIDO

Ser en el 2022, el bar líder en bebidas típicas colombianas, reconocido por la calidad de nuestros productos y el trato a nuestros clientes, logrando un posicionamiento a nivel nacional de puntos de venta donde logremos el esparcimiento de culturas, costumbres y de cada región

VALORES

Creatividad: Diseñar e implementar bebidas fusionadas con productos 100% colombianos.

Agilidad: Nuestro personal estará capacitado y contara con el servicio ágil y veraz.

Calidad: Realizar eficaz y eficientemente cada una de las labores que permiten la plena satisfacción del cliente

Compromiso; Trabajar con profesionalidad y honestidad, bajo los lineamientos legales, con el fin de mejorar la calidad de vida y crecimiento de nuestros colaboradores y de la localidad, contribuyendo de esta forma al desarrollo del país.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Construir y fusionar bebidas colombianas mediante los productos cosechados en las diferentes regiones del país.
2. Dar a conocer 'Estación COL' a nivel nacional pero en especial a extranjeros.
3. Generar empleo, y mejorar la economía del país.
4. Ofrecer un ambiente agradable y cien por ciento colombianos acompañados de un excelente servicio.

ANALISIS PESTEL

CONSTITUCION DE LA EMPRESA

1) Consulta del nombre en la Cámara de Comercio: Esta consulta se realiza personalmente o a través de la Web, con el fin de verificar que no exista registrado el nombre que se asignó a la empresa.

2) Consulta de Clasificación por Actividad Económica: El Código CIIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, que tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categorías, que para el caso de la

Cámara de Comercio de Bogotá están conformadas por una letra y 4 dígitos numéricos, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades muy específicas que facilitan el manejo de información para el análisis estadístico y económico empresarial. Para la empresa

3) Realización de la Escritura Pública: Este documento se realiza basado en los Estatutos y el Acta de Constitución, (Aunque es importante aclarar que debido a que ninguno de los socios aporta bienes raíces la Escritura Pública, puede ser reemplazada por el Documento Privado con firmas autenticadas en Notaria.

4) Consecución del número del formulario DIAN: Para la obtención de este número, debe dirigirse a la DIAN de manera personal o por la Web, con el propósito de obtener la asignación del número del formulario que aparece en el “Formulario Adicional de Registro con otras entidades”. Este formulario junto con el R.U.E. Registro Único Empresarial, son entregados para su diligenciamiento en cualquier punto de atención al cliente de la Cámara de Comercio de Bogotá.

5) Pago de los derechos de matrícula y registros correspondientes: En los puntos de Cámara de Comercio se adquiere este documento con el valor correspondiente a pagar.

6) Entrega de todos los documentos pertinentes, en Ventanilla de la Cámara de Comercio: los documentos ya mencionados, deben ser presentados en la Cámara de Comercio por el Representante Legal de la persona jurídica que se está matriculando o por la persona autorizada por este ante notaria.

7) Constatación de la matrícula de la persona natural o jurídica y del registro del establecimiento y obtención del NIT. : Al día siguiente de la entrega de los documentos en la Cámara de Comercio de Bogotá y si ellos se diligenciaron adecuadamente, se podrán obtener los números de matrícula de la persona y de registro del establecimiento en la Cámara de Comercio. Tres días hábiles, después de verificada la matrícula se solicita la expedición de los certificados correspondientes, con los números que le fueron suministrados o con el nombre de la persona jurídica que se matriculó. En el Certificado de matrícula aparece el

NIT (Número de Identificación Tributaria) que le asignó la DIAN para efectos tributarios a la persona jurídica que se matriculó. Esto significa que la organización ya se encuentra inscrita en el RUT (Registro Único Tributario).

8) Registro de libros: Por ser una empresa de responsabilidad limitada, se debe registrar los libros de inventario, mayor y balance y diario, junto con el libro de actas correspondiente.

POLÍTICO

Normatividad sobre comercio internacional y restricciones

- Ley 7 de 1991: Ley Marco del Comercio Exterior
- Decreto 2505 de 1991
- Decreto 663 de 1993: Estatuto orgánico del Sistema Financiero
- Escritura pública No. 8851 del 5 de noviembre de 1992 de la Notaria Primera de Bogotá
- Decreto 210 de 2003
- Decreto 2788 de 2004

Legislación sobre cumplimiento de contratos y protección de los consumidores

- LEY 1480 DE 2011

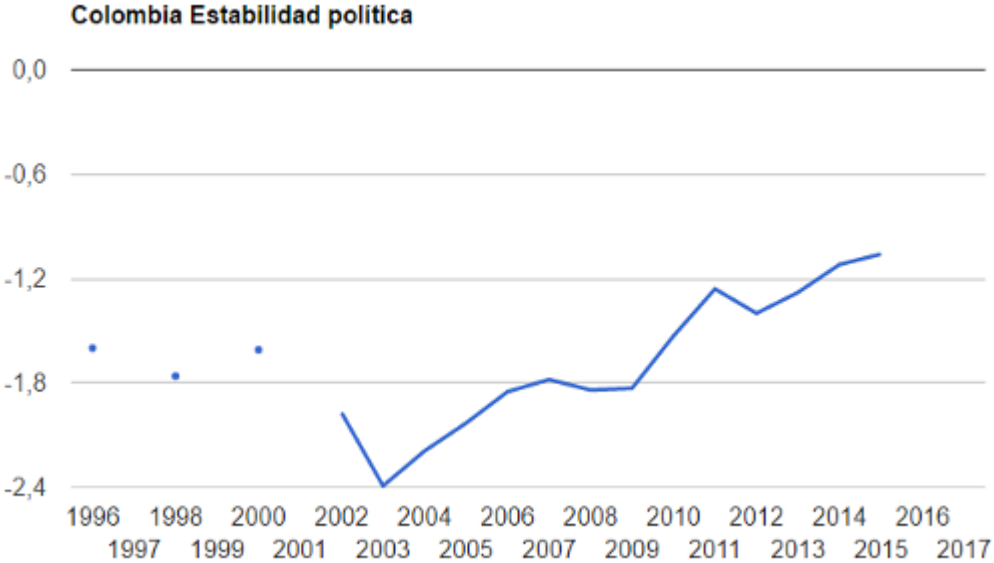
Legislación en materia de empleo

- Ley 1562 11 Jul 2012
- La Ley 1429 de 2010

Estabilidad política

Estabilidad política (puntos): Para Este indicador, El Banco Mundial (govindicators.org) proporciona datos para Colombia desde 1996 a 2017. El valor

medio para Colombia durante ese período fue de -1.68 puntos con un mínimo de -2.39 puntos en 2003 y un máximo de -1.06 puntos en 2017.



FACTORES ECONÓMICOS

Crecimiento económico

(Werner destacó que "Colombia adoptó "una política monetaria y fiscal más restrictiva que propició una reducción más rápida de lo previsto del déficit en cuenta corriente", y pronosticó un crecimiento del 2,6 % en 2017 que se verá afianzado en "el mediano plazo" por el acuerdo de paz recientemente firmado y por una reforma tributaria estructural.)

Tipos de interés y políticas monetarias

La política monetaria en Colombia se rige por un esquema de Inflación Objetivo, cuyo propósito es mantener una tasa de inflación baja y estable, y alcanzar un crecimiento del producto acorde con la capacidad potencial de la economía. Esto significa que los objetivos de la política monetaria combinan la meta de estabilidad de precios con el máximo crecimiento sostenible del producto y del empleo. En tanto las metas de inflación sean creíbles, estos objetivos son compatibles. De esta forma, la política monetaria cumple con el mandato de la Constitución y contribuye a mejorar el bienestar de la población.

Las tasas de captación más comúnmente utilizadas en el mercado colombiano son la DTF, TCC, CDT y TBS. La DTF corresponde al promedio de las tasas de los depósitos a 90 días de todo el sistema financiero. Esta tasa constituye la principal referencia del costo promedio de los recursos del sector financiero colombiano.

Tributación en Colombia

La estructura tributaria por tipo de impuestos, la composición y niveles de las tasas impositivas y la inestabilidad del régimen tributario afectan a los sectores comercial e industrial por el impacto negativo que ejercen sobre la planeación de los negocios, en una perspectiva a mediano y largo plazo; sobre los costos de producción, ya que los agentes se ven sometidos a cambios continuos de las reglas de juego; y, en últimas, sobre la competitividad de una economía con respecto a los de otros países.

Durante las últimas dos décadas se ha llevado a cabo una reforma del sistema tributario colombiano cada tres años aproximadamente y entre cada una de ellas se han sancionado una serie de leyes y decretos reglamentarios. Esta situación es preocupante si se tiene en cuenta que la mayor participación dentro de los recaudos por concepto de impuestos la han registrado las empresas.

Si bien entre 1972 y 1997 se ha presentado un crecimiento sustancial de los ingresos tributarios nominales, no se ha producido un incremento significativo de la presión tributaria, definida como la proporción de los ingresos tributarios en el PIB. En Colombia el índice de presión fiscal ha sido tradicionalmente bajo en comparación al registrado en otros países latinoamericanos, por ejemplo Argentina, Brasil, Chile, México, Perú y Venezuela. Según datos del Fondo Monetario Internacional, entre 1975 y 1980 se observó en el país la presión fiscal más baja del grupo de naciones: 10.7% para Colombia, mientras que el índice promedio fue de 16.3%. Como agravante de lo anterior, en el período 1981-1985 el nivel cayó a 9.5% en el país, en tanto que el promedio latinoamericano se mantuvo en 16%. Entre 1986 y 1992, aunque la presión tributaria más baja que se registró fue de 8.8% (Perú), el nivel de Colombia (11.4%) continuó por debajo del promedio latinoamericano (Gráfico 8.1 y Anexo 8.1A). Una de las principales consecuencias de esta situación es el deterioro de las finanzas públicas.

A pesar de los bajos niveles de recaudos efectivos, los cuales son producidos, entre otras razones, por la diversidad de deducciones, descuentos y exenciones y las altas tasas de evasión, la carga impositiva colombiana es una de las más elevadas de América Latina. El país tiene una de las tarifas más altas en materia de impuesto a la renta sobre las sociedades, 35%, superada solamente por Estados Unidos y Canadá, y de impuesto sobre las ventas, 16%. En ambos casos, las tasas cobradas en Colombia se encuentran por encima del promedio americano, que para el impuesto a la renta sobre las sociedades se encuentra alrededor del 30%, y para el impuesto a las ventas es de 14% aproximadamente.

Adicionalmente, existe otra variedad de tributos como son el impuesto a las remesas, a las ganancias ocasionales, a la nómina, de timbre, de registro y anotación, y de carácter departamental, como los impuestos al consumo, y municipal, como el predial, de industria y comercio y de azar y espectáculos, entre otros. Como se mencionó, el régimen tributario colombiano contempla una serie de deducciones exenciones y descuentos. En 1995 éstas equivalieron al 19.8%,

58.5% y 1.0%, respectivamente, del impuesto a la renta a cargo de los grandes contribuyentes, las personas jurídicas y las naturales.

Entre 1974 y 1997 se pueden distinguir dos períodos en la evolución de la normatividad colombiana en materia tributaria. El primero de ellos abarca las reformas que se llevaron a cabo entre 1974 y 1986, cuyo espíritu fue el mejoramiento de la neutralidad tributaria. El segundo período comprende las reformas que se realizaron entre 1990 y 1997, cuyo principal objetivo fue la profundización de la internalización de las normas tributarias colombianas.

ECOLOGICA

Normativa y protección medioambiental

- Acuerdo 001 98
- Título I de la Ley 09 de 1979 y el Decreto Ley 2811 de 1974, en cuanto a Emisiones Atmosféricas – Decreto 0002 82
- Servicio Publico y Aseo – Ley 689 de 2001
- Uso Racional y Eficiente de la Energía – Ley 697 de 2001
- Desechos Peligrosos – Ley 430 de 1998
- Reglamento de Protección y Control de la Calidad del Aire – Decreto 1228 97
- Manejo Integrado de los Recursos Naturales – Decreto 1974 89
- Decreto 775 del 16 de Abril de 1990
- Decreto No. 2183 del 2 de Diciembre de 1996
- Decreto 1594 del 26 de Junio de 1984
- Política Fiscal

LEGALES

Leyes de contratación y manejo del personal

*Artículo 23 del Código Sustantivo del Trabajo

Ley 1607 de 2012,Ley 1562 de 2012,Ley 1438 de 2011,Ley 1010 de 2006,Ley 962 de 2005,Ley 828 de 2003,Ley 797 de 2003,Ley 789 de 2002,Ley 776 de 2002,Ley 717 de 2001,Ley 436 de 1998,Ley 378 de 1997,Ley 361 de 1997,Ley 352 de 1997,Ley 324 de 1996,Ley 320 de 1996,Ley 181 de 1995,Ley 100 de 1993, Ley 009 de 1997

- Registro Nacional de Turismo
- Permiso de alcaldía
- Acuerdo 581 de 2015
- LEY 124 DE 1994
- Permisos de bomberos
- Permiso de la alcaldía
- Licencia de obras
- Certificado de compatibilidad urbanística
- Licencia ambiental.
- Licencia de actividad
- LEY 1335 DE 2009
- Carnet de manipulación de alimentos

Tecnología

- Batidora
- Exprimidora de Naranjas

- Graniza dora
- Nevera
- Máquina para hielo
- Máquina para café
- Túrmix Industrial
- Vitrina de Barra caliente
- Vitrina de Barra Fría
- Grifos de cerveza
- Coctelera
- Cristalería
- Purers Metálicos
- Strainers
- Corneta
- Sonido Profesional
- Controlador Dj
- Computador
- Diadema
- Equipo de cámara / Cctv Hikvision Kit Dvr 8 + 4 Cámaras De Seguridad Disco
- Avisos led multifunción
- software Pos

Socio- Culturales

Son personas

- Socialmente abiertos
- Mucho gusto por la cultura
- Personas activas
- De mente abierta
- Les gusta la Aventura
- Les agrada conocer nuevas culturas

- Tienen excelentes ingresos

TENDENCIA: Viajero frecuente

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS - INFLUENCIA DEL MACRO ENTORNO

Para evitar que nuevos competidores ,nos cojan ventaja en el mercado es necesario reforzar las barreras de entrada .Nuestra estrategia es entregar al cliente un servicio de atención personalizada de calidad donde se cuenta como en casa ,de personalidad y

calidad



En cuanto a los proveedores de bebidas alcohólicas y no alcohólicas encontramos a proveedores como babaría ya que por medio de la cerveza podemos realizar, nuestras bebidas alcohólicas mezcladas con guarapo ,chicha u otro derivados para que el 70% de los productos con alcohol sean diferentes reconocidos .En cuanto las bebidas no alcohólicas contamos con proveedores como corabastos ya que las frutas son esenciales para la mezcla de bebidas nacionales con fruta , sus derivados sean totalmente criollos

Tenemos en cuenta las condiciones y demandas, que ya existen en el mercado lo cual es amplia por lo cual existe posibilidad de captar el mercado en función de llamar la atención del cliente por medio de las redes sociales, el voz a voz

Evitar que el cliente tenga potencial de negociación de precios
Crear valor agregado entregando descuentos. Promociones en las bebidas alcohólicas y no alcohólicas el 2x1 como estrategia para atraer a los clientes



Evitar que el cliente acuda a otros lugares, por cuestiones de precio, calidad La estrategia es que nuestras bebidas autóctonas de nuestras regiones así como, el ambiente temático y los artistas que se presentaran son un impacto

	Área Funcional 1	Área Funcional 2	Área Funcional 3
--	------------------	------------------	------------------

01	Posibilidad de abrir	05	Buena atención al
		09	Tendencia del consumidor por

Fuerzas Inductoras

		Área Funcional 1	Área Funcional 2	Área Funcional 3	Área Funcional 4			
Fortalezas	F1	Innovación en el mercado al que deseamos mostrar nuestras bebidas	F5	Ofrecer tipos de bebidas criollas e innovadoras	F9	Variedad de productos	F13	Infraestructura de Calidad
	F2	Capacidad de ser diferentes con respecto a otros bares en el centro internacional	F6	Localización estratégica en la cual hay un gran tránsito de locales y extranjeros	F10	Agilidad ,amabilidad en la prestación del servicio	F14	Se cuenta con un lugar agradable ambiente de tranquilidad además exclusividad en el servicio
	F3	Materia prima de excelente cálida	F7	Lograr liderar en el mercado a largo plazo.	F11	Conocimiento del entorno y la competencia	F15	Publicidad e innovación
	F4	Precios Competitivos	F8	Variedad , promociones	F12	Contamos con gente responsable	F16	Imagen De calidad

FUERZAS INDUCTORAS DA

		Área Funcional 1	Área Funcional 2	Área Funcional 3	Área Funcional 4
				Estar en una Zona	

	Área Funcional 1		Área Funcional 2		Área Funcional 3		Área Funcional 4	
Debilidades	F1	Poco Presupuesto	F5	Bajo poder negociador con proveedor	F9	Costos Fijos altos	F13	Falta de experiencia por parte de los propietarios en este tipo de actividad
	F2	Competidores reconocidos y con clientes fidelizados	F6	Nuevos en un sector muy abastecido	F10	Baja rotación de producto	F14	Estabilidad de empleados
	F3	Inexperiencia en el manejo de bares razón por la cual se manejan ciertas variables	F7	Falta de Organización	F11	Falta de personal	F15	Costos de operación
	F4	Publicidad Y mercado	F8	No ser propietarios del local	F12	Operación compleja en el control y manejo del lugar	F16	Ventas bajas

MATRIZ DE DESPLIEGE ESTRATEGICO GENERATIVA

NO ESTRATEGIA	OPOCITORAS	INDUCTORAS	ESTRATEGIA
1	O1	A1	Con la posibilidad de abrir sucursales e ir surgiendo poco a poco en el mercado nuestra estrategia es obtener de nuestro capital ,ser un negocio creativo que se muestren con actividades diferentes a los otros , en cuanto al proyecto de imitar poner un sello propio único ser reconocidos por nuestra calidad
2	O2	F11	En el lanzamiento de nuevos de servicios y productos , innovamos en productos colombianos con la idea de mezclar frutas .En cuanto al conocimiento y entorno de la competencia brindar un excelente servicio , innovador en el mercado, ser reconocidos por nuestras variadas en bebidas
3	O3	F12	En cuanto al bar temático totalmente Colombiano, nuestra estrategia es darnos a conocer por ser pioneros en el mercado por ofrecer bebidas típicas de cada región con mezclas , productos nacionales , ya que contamos con personal , gente responsable como barman ,meseros que están totalmente capacitados para ofrecer ,calidad ,amabilidad y pasión por lo que hacen
4	O4	F13	La estrategia es ampliar nuestro mercado , a clientes locales como extranjeros es que al pasen el voz al voz de Estación COL' con una infraestructura colombiana mostrando las diferentes regiones del país , allí se sientan en casa ,por nuestra calidad y excelente servicio
5	O5	F14	Nos destacamos por un excelente servicio, con calidad ,eficacia ,amabilidad donde el lugar hace que el cliente este en su casa compartiendo momentos inolvidables y únicos que nunca olvidara
6	O6	A4	Ser reconocidos en el sector y en el mercado , por ofrecer bebidas típicamente colombianas ,mezcladas con gran variedad de frutas, café y fermentadas Debemos cumplir las expectativas manejando promociones como 2x1 , música , decoración bebidas auténticas ,coloridas destacarnos por nuestra calidad y excelente servicio
7	O7	F16	La diversa competencia con otros bares de la zona nos hace diferentes , por ser un bar innovador típicamente colombiano nunca visto en el centro internacional y Bogotá .En cuanto las ventas bajas tener estrategias de ventas como 2x1 en bebidas ,manejar nuestro capital en ahorro e invirtiéndolo , en estrategias de ventas bajas
8	O8	F15	La ubicación del bar Estación COL' en el centro internacional es estratégico ya que en el lugar, no se cuenta con un bar totalmente colombiano ,música de cada región , bebidas típicas criollas, esta es una oportunidad para mostrar a locales y extranjeros lo diverso que es Colombia ,en cuanto publicidad las redes sociales son de impacto para mostrar nuestro bar, y el voz a vos
9	O9	F7	Buscar que los clientes locales y extranjeros, busque un lugar nuevo ,lleno de diversión donde impacte por su música, decoración, colorido de bebidas diferentes nunca vistas en otro lugar , Con esta estrategia vamos liderando poco a poco en el mercado con algo diferente
			Con la idea de organizar, eventos 100% colombianos nuestra estrategia es dar a conocer a los clientes las delicias , variedades de comida y bebidas de Colombia , donde los extranjeros en un lugar encuentren se trasladen

CADENA DE VALOR

OTROS INGRESOS	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17
SALDO INICIAL	\$ 15.000.000	\$ 3.500.000	\$ 7.200.000,00	\$ 650.000
VENTAS (INGRESOS)				
VENTAS EFECTIVO	\$ 12.000.000	\$ 6.200.000	\$ 13.000.000	\$ 5.200.000
VENTAS A CREDITO				
TOTAL INGRESOS	\$ 12.000.000	\$ 6.200.000	\$ 13.000.000	\$ 5.200.000
EGRESOS				
COMPRA DE MERCANCIA	\$ 6.200.000	\$ 9.500.000	\$ 8.500.000	\$ 12.000.000
PAGO DE NOMINA	\$ 1.200.000	\$ 850.000	\$ 1.300.000	\$ 890.000
PAGO DE SEGURIDAD SOCIAL	\$ 950.000	\$ 420.000	\$ 220.000	\$ 620.000
PAGO DE PROVEEDORES	\$ 3.200.000	\$ 4.100.000	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
PAGO DE IMPUESTOS	\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 520.000
PAGO DE SERVICIOS PUBLICOS	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000
PAGO DE ARRENDAMIENTO	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
PAGO DE PUBLICIDAD	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000
TOTAL INGRESOS	\$ 14.640.000	\$ 21.050.000	\$ 16.310.000,00	\$ 19.080.000
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$ 12.620.000	\$ 8.200.000	\$ 4.200.000	\$ 11.200.000
FINANCIAMIENTO				
PRESTAMOS	\$ 25.000.000			
PAGO DE PRESTAMOS		\$ 3.100.000	\$ 3.100.000	\$ 3.100.000
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$ 2.020.000	\$ 12.850.000	\$ 15.890.000	\$ 7.880.000

may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17
\$ 24.230.000	\$ 35.800.000	\$ 40.200.000	\$ 45.200.000	\$ 16.200.000
\$ 14.200.000	\$ 15.200.000	\$ 16.000.000	\$ 42.200.000	\$ 4.200.000
\$ 14.200.000	\$ 15.200.000	\$ 16.000.000	\$ 42.200.000	\$ 4.200.000
\$ 15.200.000	\$ 6.750.000	\$ 14.300.000	\$ 25.400.000	\$ 13.600.000
\$ 1.400.000	\$ 970.000	\$ 1.200.000	\$ 930.000	\$ 1.250.000
\$ 480.000	\$ 550.000	\$ 320.000	\$ 550.000	\$ 550.000
\$ 3.200.000	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 520.000
\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000
\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000
\$ 23.370.000	\$ 14.560.000	\$ 22.110.000	\$ 33.170.000	\$ 21.690.000
\$ 12.200.000	\$ 6.800.000	\$ 35.600.000	\$ 6.700.000	\$ 13.200.000
\$ 3.100.000	\$ 3.100.000	\$ 3.100.000	\$ 3.100.000	\$ 3.100.000
\$ 11.170.000	\$ 7.760.000	\$ 13.490.000	\$ 26.470.000	\$ 8.490.000

oct-17	nov-17	dic-17
\$8.546.661	\$ 17.546.000	\$ 19.320.000
\$ 2.500.000	\$ 6.300.000	\$ 22.500.000
\$ 2.500.000	\$ 6.300.000	\$ 22.500.000
\$ 15.600.000	\$ 13.000.000	\$ 18.320.000
\$ 1.200.000	\$ 1.120.000	\$ 1.410.000
\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 550.000
\$ 3.200.000	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 520.000
\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000
\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000
\$ 23.640.000	\$ 20.960.000	\$ 26.570.000
\$ 10.120.000	\$ 34.100.000	\$ 36.900.000
\$ 3.100.000	\$ 3.100.000	\$ 3.100.000
\$ 13.520.000	\$ 13.140.000	

NOMINA

INFORMACION GENERAL						DEVENGADO				
ITEM	TIPO DOCUM.	NOMBRE FUNCIONARIO	No. C.C.	CARGO	FECHA INGRESO	SUELDO DEV.	DIAS	AUX. TRANSP. DEV.	HE	TOTAL DEV.
#jREF!	CC	David Alejandro Navas	1.024.525.779	ADMINISTRADOR	16/12/2016	3.420.000	30	0		3.420.000
#jREF!	CC	Alexandra Pasos		ADMINISTRADORA	16/12/2016	3.220.000	30	0		3.220.000
TOTAL A PAGAR NOMINA						2.990.000	30	0	0	6.640.000
PROVISION SEGURIDAD SOCIAL Y PARAFISCALES										
SALUD	PENSION	CAJA COMPENSACION	ICBF	SENA	RIESGOS LABOR.	TOTAL PROV. SEG.SOCIAL				
55.220	55.220	63.000	69.000	52.000	15.003	690.506				
55.220	55.220	63.000	69.000	52.000	15.003	207.152				
110.440	110.440	126.000	138.000	104.000	30.006	897.658				
BNPROVISION PRESTACIONES SOCIALES										
CESANTIAS	INT. CESANTIAS	PRIMA SERVICIO	VACACIONES	TOTAL PROV. PREST.SOCIALES	DOTACION	GRAN TOTAL				
285.000	2.850	285.000	142.500	514.577		4.625.083				
268.333	2.683	268.333	134.167	157.337		3.584.489				
271.183	5.533	553.333	276.667	671.914	0	8.209.572				

OBJETIVOS ESTUDIOS DE MERCADO

- Hacer un estudio de mercados basado en la observación de las bebidas , productos ,servicios y clientes de la competencia mediante visitas a estos lugares encuestas a los habitantes y transeúntes de este sector ,con el fin de establecer el grado de aceptación de estación col con identidad colombiana en el centro Internacional
- Determinar la infraestructura , los proveedores ,los insumos y el personal necesario para el funcionamiento diario del establecimiento basado en la cuantificación de la demanda
- Recopilar los costos y gastos del estudio de mercados ,ambiental, técnico administrativo y legal con el fin de conocer el flujo de caja y rentabilidad del negocio
- Conocer cuáles son las exigencias de los clientes en cuanto al los servicios de los bares y así determinar la necesidad insatisfecha en el mercado
- Generar estrategias necesarias para impulsar, comercializar y posicionar estación col en el mercado

DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Con el propósito de crear nuevas alternativas de esparcimiento y diversión que cumplan con las expectativas de los clientes locales y extranjeros del centro internacional que buscan un lugar que permita espacios culturales, comodidad, servicio variedad de bebidas nacionales, donde lo que se busca es romper con la rutina de los bares actuales plateando un sitio con identidad Colombiana

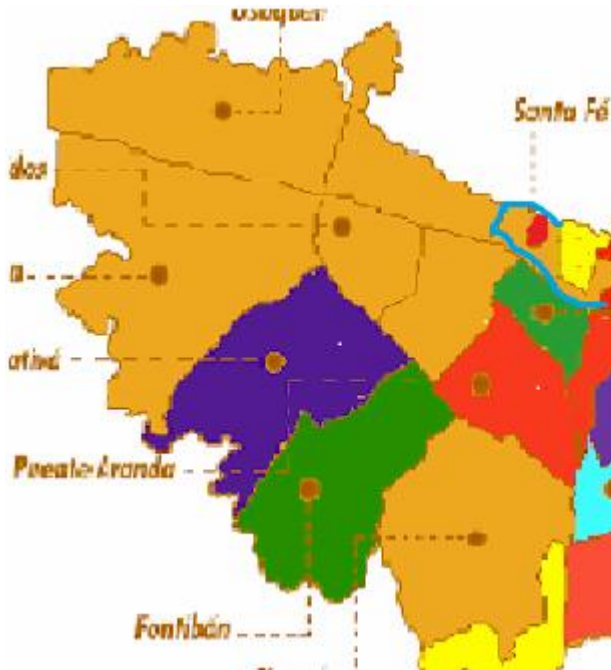
El mercado que se piensa alcanzar mediante un estudio de mercados realizado a través de una encuesta y observación de la competencia directa e indirecta, se pretende conocer las preferencias en cuanto a bebidas nacionales, con diferentes tipos de mezclas, eventos de estación col, con el fin de analizar la viabilidad de creación de este tipo de negocio en el sector del centro internacional. El mercado que se piensa alcanzar con estación col, es un mercado para las personas de 18 hacia arriba, donde pretendemos que nuestra clientela se sienta a gusto con un ambiente familiar y adicionalmente dando un valor agregado como incluir temáticas de las diferentes regiones del país.

UBICACIÓN

Centro Internacional



La localidad de Santa Fe tiene la zona de los edificios gubernamentales y corporativos de la carrera séptima y del Centro Internacional y el sector bancario de la avenida Jiménez, además el sector también cuenta con algunas de las principales universidades del país



El centro internacional es un lugar estratégico, donde se ubican transeúntes locales y extranjeros que mejor oportunidad para que estación col como un bar típico colombiano sea visitado para ser recocidos por innovar en el mercado, con bebidas, música y cultura, ya que en este sector no se encuentra un bar que rescate la cultura viva del país

VOLUMEN

El volumen en, nos lleva a satisfacer a nuestros clientes, con bebidas típicas con frutas fermentadas alcohólicas y no alcohólicas, la estrategia es ofrecer a nuestros clientes bebidas intervienen frutas, hierbas, Semillas y ciertos agregados que le dan sabor especial al alcohol de grano o a Los licores por Ser muy dulces y fuertes, se sirven generalmente después de las comidas, aunque algunos se utilizan en la preparación de cócteles.

Vamos a contar con variedad de bebidas nacionales con margen de 1000 unidades de trago nacional más de 250 variedades de frutas para ofrecer un volumen de calidad para nuestros clientes.

Después de pasar una noche de armonía, alegría queremos ofrecer picada colombiana, arepas santandereanas, platos típicos .Para que nuestros clientes se sientan identificados en un lugar único por ofrecer variedades de Colombia

GUSTOS

En cuanto a gustos, en Estación Col , presentaremos a nuestros clientes una carta con variedad de bebidas nacionales ,donde se verán los cocteles con mezclas de frutas ,lo cual tenemos en cuenta las bebidas típicas colombianas, Bebidas no alcohólicas , jugos típicos de cada región del país ,la idea es que el cliente tenga una variedad de donde escoger que gusto tiene al momento de apetecer una bebida de Colombia que nos conozcan por la calidad de las bebidas

También en estación Col , la música colombiana y temática de la cultura del país es importante ya que los clientes pueden dar detalle de un bar con aires 100% colombianos donde tengan el gusto de escuchar la música de Colombia ,sean atraídos por la decoración que los llevara a transportarse a cada región y rincón de Colombia

CAPACIDAD ADQUISITIVA

Teniendo en cuenta que Estación col ,se encuentra en un lugar empresarial hotelero ,comercial y residencial del centro internacional de estrato 4 a 5 ,nuestro plan de negocio va dirigido a un mercado que tenga la capacidad de pagar un coctel de calidad excelente variedad , lo cual esta zona de la ciudad es visitada por extranjeros y locales ,ese es nuestro tipo de mercado y al cual va dirigido , personas de capacidad económica de pagar un servicio y producto que los llene de satisfacción ,de encontrar esa bebida nacional en este sector de la ciudad ya que no se encuentra en esta zona un bar con raíces totalmente colombianas ,esta es una oportunidad para que los residentes ,visitantes del centro internacional conozcan un bar típico de decoración temática, donde se encuentren con las regiones del país ,gran variedad de bebidas y comida

HÁBITOS Y NECESIDADES

En cuanto los hábitos y necesidades lo que buscamos en el mercado, es ofrecer productos nacionales de alta calidad innovado y ofreciendo bebidas de cada región del país, cocteles únicos por su variedad de frutas ,licores 100% nacionales .La cantidad de productos para satisfacer necesidades y gustos de cada cliente , de acuerdo al habito de cada persona a la necesidad económica

Diversificando nuestros productos para gustos de los diferentes de clientes que nos vayan conociendo, también debemos tener en cuenta la música del bar y la temática de cada región del país encontrada en un solo lugar , el habito que tiene un cliente por encontrar música totalmente colombiana ,cultura ya que no quiere perder las raíces de su país , donde el extranjero conozca más de Colombia se transporte en cada región de Colombia ,su variedad de frutas paisajes y biodiversidad

METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN

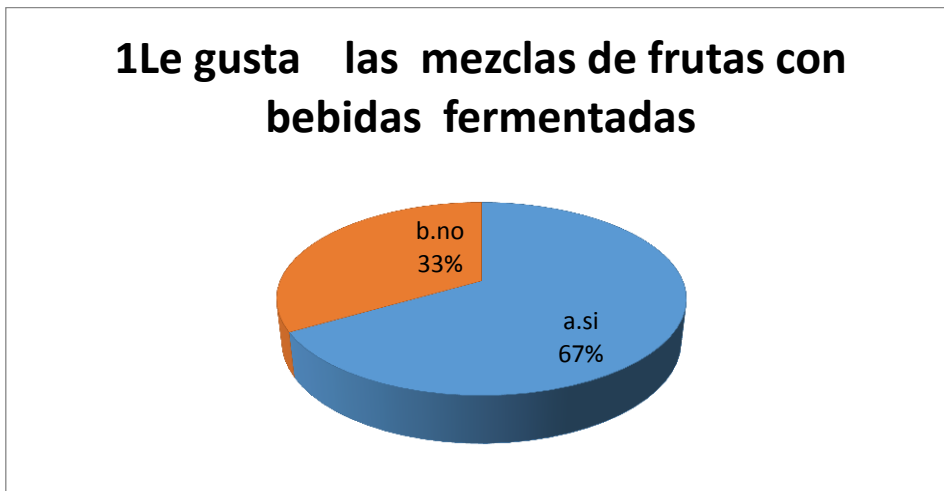
En la metodología de investigación encontraremos las encuestas preguntas realizadas a personas del sector del centro internacional la cual arrojó los siguientes resultados

- **DISEÑO DE PREGUNTAS**

Gustos

1. Le gusta las mezclas de frutas con bebidas fermentadas

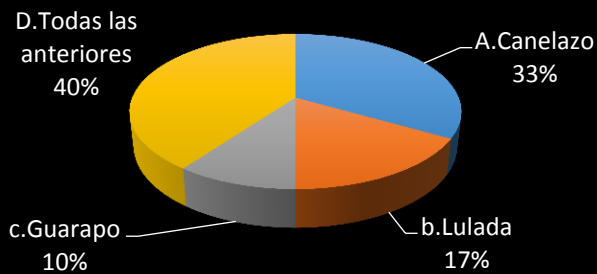
a. si	40
B. no	20



2. Cuáles de estas bebidas Colombianas son apetecidas por usted

A. Canelazo	20
b. Lulada	10
c. Guarapo	6
D. Todas las anteriores	24

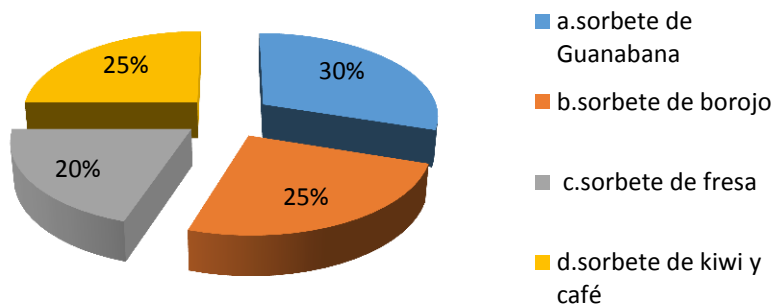
3. Cuales de estas bebidas Colombianas son apeticidas por usted



3. Que de sorbetes le gusta más

a. sorbete de Guanábana	18
b. sorbete de borojo	15
c. sorbete de fresa	12
d. sorbete de kiwi y café	15

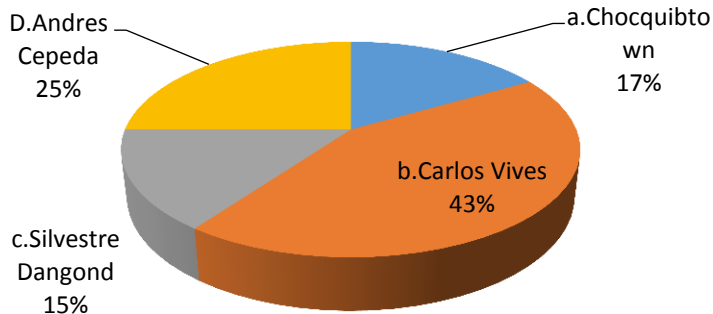
Que de sorbetes le gusta mas



5. Que artista colombiano es su favorito para inaugurar el bar

a. Chocquibtown	10
b. Carlos Vives	26
c. Silvestre Dangond	9
d. Andrés Cepeda	15

Que artistas colombiano es su favorito para inagurar el bar



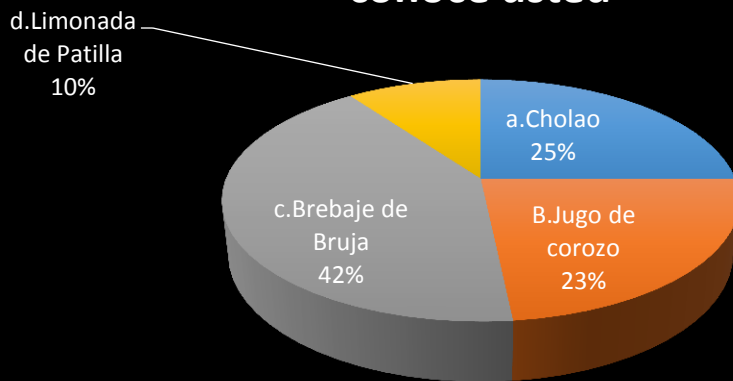
Como podemos ver en cuantos a los resultados de gustos en este estudio las personas, del sector del centro internacional buscan la necesidad de encontrar un bar típicamente colombiano, para saber se su cultura, sus bebidas y su música ya que en los resultados favorece tener a estación con en este sector.

Conocimiento

1. Que Bebida Típica Colombiana No conoce usted

a. Cholao	15
b Jugo de corozo	14
b. Brebaje de Bruja	25
c. Limonada de Patilla	6

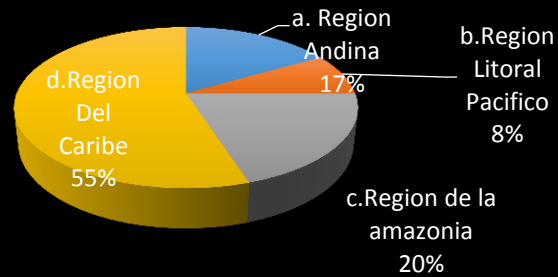
1. Que Bebida Tipica Colombiana No conoce usted



2. El jugo de corozo de que parte del país es?

a. Región Andina	10
b. Región Pacifico	5
c. Región de la amazonia	12
d. Región Del Caribe	33

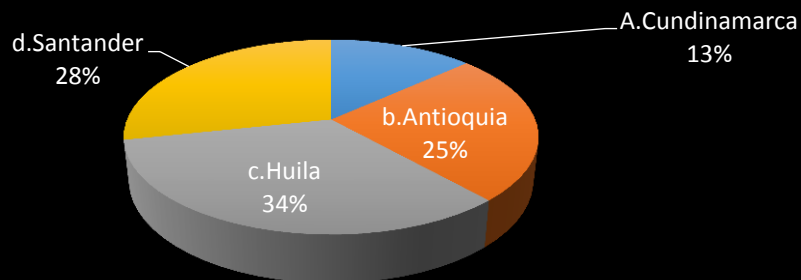
2.El jugo de corozo de que parte del pais es ?



3. De que parte del país es la mistela de mejorana?

a. Cundinamarca	8
b. Antioquia	15
c. Huila	20
d. Santander	17

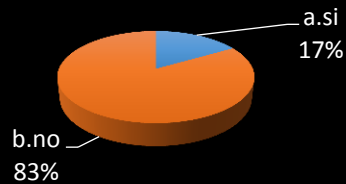
3.De que parte del pais es la mistela de mejorana?



4. Conoce usted esta bebida el fresco de Aguacate

a. si	10
b. no	50

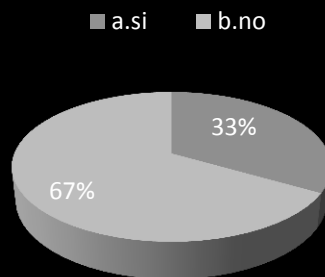
Conoce usted esta bebida el fresco de Aguacate



5. Ha probado usted la macana?

a. si	20
B .no	40

5.Ha probado usted la macana ?

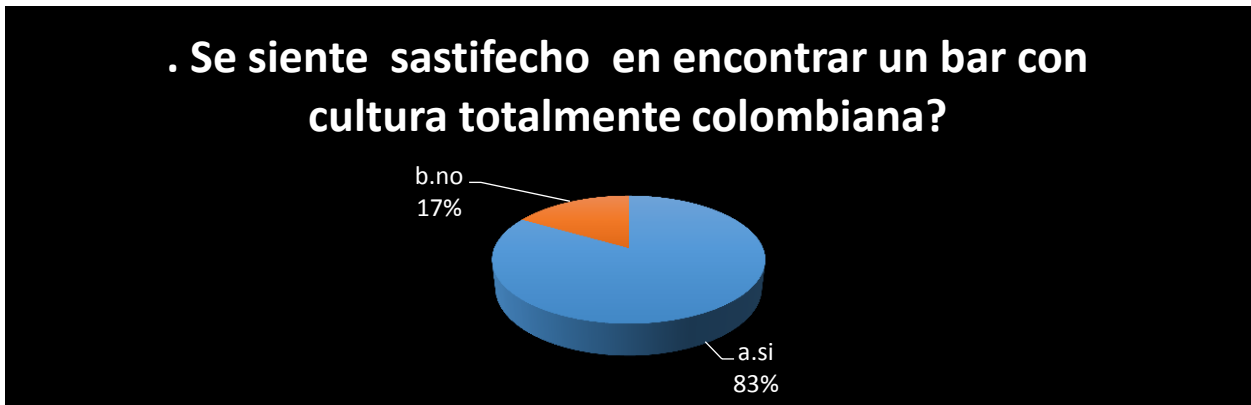


Como podemos ver en cuantos a los resultados de conocimiento de este estudio las personas, más del 50% del sector del centro internacional, no conocen algunas bebidas típicas de Colombia, lo cual es importante dar a conocer bebidas 100% colombianas en estación col, para que se sientan identificados con la cultura y raíces de nuestro país

Resultado

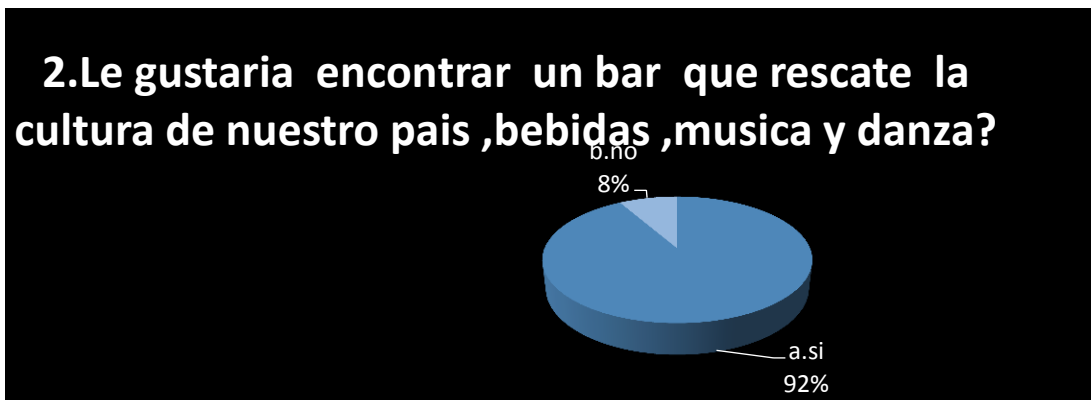
1. Se siente satisfecho en encontrar un bar con cultura totalmente colombiana?

- | | |
|-------|----|
| a. si | 50 |
| b. no | 10 |



2. Le gustaría encontrar un bar que rescate la cultura de nuestro país, bebidas música y danza?

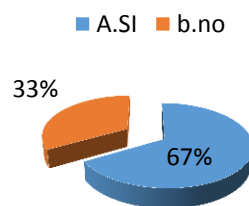
- | | |
|-------|----|
| a. si | 55 |
| b. no | 5 |



3. Ha probado usted en un bar bebidas típicas como jugo de borojo, canelazo shampoos, jugo de corozo?

a. SI	40
b. no	20

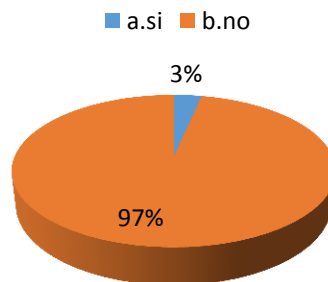
A probado usted en un bar bebidas típicas como jugo de borojo ,canelazo, shamos , jugo de corozo?



4. Conoce usted todas las bebidas típicas colombianas, encontradas en un solo lugar, con armonía ,música típica

a. si	2
b. no	58

.Conoce usted todas las bebidas típicas colombianas ,encontradas en un solo lugar,con armonia ,musica tipica colombiana



5. Le gustaría conocer un lugar donde se reúnan cada fin de semana artistas nacionales se rescate nuestra música y cultura?

a. si 59
b. no 1



ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN

Conclusiones de la encuesta

Los resultados de la encuesta, arrojan que las personas que acuden a un Bar Son mujeres y hombres que están en su mayoría en un rango de edad entre los 18 43, 25 años. Usualmente, suelen ir acompañados por sus grupos de amigos por lo tanto buscan un lugar que les brinde comodidad y espacio acogedor adicionalmente les gustaría encontrar que este espacio sea con identidad Colombiana y les ofrezca diferentes alternativas relacionadas con variedad de bebidas , la música en vivo con artistas nacionales, temática colombiana .En cuanto a las preferencias de consumo ,las bebidas típicas colombianas ,como

sorbetes ,canelazo , Champoos entre otros son las favoritas por las personas encuestadas

Por lo tanto el rango que suelen pagar para este tipo de diversión oscila entre los \$30.000 y \$70.000

PLAN DE MARKETING

1.1Objetivos plan Marketing

- Trabajar ,a corto mediano largo plazo para lograr las metas y alcanzar los objetivos propuestos
- Ser una marca conocida ,consolidada a nuestros clientes para que se rescate se dé a conocer la cultura colombiana en toda su riqueza en un lugar temático e innovador
- Innovar en el mercado de bares y servicio destacándonos como un bar típico colombiano , por su excelente calidad de servicio variedad de bebidas nacionales
- Dar a conocer bebidas colombianas donde se caracterizan por la variedad de gusto , calidad y excelente presentación
- Fidelizar a clientes locales y extranjeros , con un bar innovador , destacándonos por el excelente servicio con los mejores cocteles ,bebidas colombianas nunca antes vistos en el mercado y en el sector

Como podemos ver en cuantos a los resultados de este estudio las personas, del sector del centro internacional, el 98 % buscan la necesidad de encontrar un bar

totalmente colombiano donde se rescaten la cultura, bebidas de nuestras regiones ya que es favorable

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

En cuanto a la estrategia de marketing de Estación col, se verá a continuación la variedad de productos, presentados en ingredientes, valor donde presentamos una gran variedad de bebidas típicas colombianas y productos de nuestro país

CAFÉS

INGREDIENTES

COSTO

CARTA DE BEBIDAS

- **BEBIDAS A BASE DE CAFÉ**

CAFÉ CALIENTE CON CANELA	<ul style="list-style-type: none"> • 2 tazas de café • 2 astillas de canela • 1 cucharadita de vainilla Azúcar al gusto	\$5.000
COCTELES	INGREDIENTES	COSTO
CAIPIRIÑA	1copita de Aguardiente 2cucharadas de azúcar blanca granulada 1limon exprimido	\$30.000
AGUARDIENTE SOUR	1copita de Aguardiente ½ limón exprimido 2cucharadas de jarabe de goma 1cucharada de clara de huevo Cubos al hielo gusto	\$31.500
CANELAZO	4copitas de Aguardiente 1limon exprimido 1Taza De agua 4astillas de canela Fresca 1cucharada de azúcar blanca granulada	\$31.500
INFUSIÓN DE PANELA	2copitas de Aguardiente 1limon exprimido ½ naranja exprimida ½ de agua panela	\$32.000
MARTINI DE MIEL	2copitas de Aguardiente ½ limón exprimido 1cucharada de miel Soda o agua con gas , hielos en cubo	\$32.000

- **COCTELES**

- **JUGOS Y SORBETES**

LULADA	500 gramos de lulos 8 limones Medio litro de agua Azúcar o panela Hielo picado	\$5.000
CHOLAO	3 tazas de hielo. 6 cucharadas de jarabe de fruta. 1/2 taza de leche condensada azucarada. 2 tazas de fruta picada: banano, fresas, uvas, mango, papaya, piña, melón y melocotón. 3 cucharadas de coco rallado. 2 cerezas. 2 barquillos de galleta.	\$10.000
CHAMPUS	5 litros de agua. 1 libra de maíz trillado. 1 ½ panelas en melado. 12 Lulos grandes y maduros. 1 piña grande, pelada y picada finamente. 1 taza de jugo de naranja agria. 10 hojas de naranjo agrio. 5 astillas de canela. 5 clavos de olor.	\$7.000
SORBETE DE GUANÁBANA	1 guanábana madura Limón Azúcar al gusto 4 tazas de leche Canela en polvo	\$7.000
SORBETE DE CURUBA	8 CURUBAS MADURAS. 1 LITRO LECHE. AL GUSTO AZUCAR. 1/4 TAZA CREMA DE LECHE. 1/4 TAZA LECHE CONDENSADA. 1 POCO DE HIELO PICADO.	\$7.000
SORBETE DE MANDARINA	½ Litro de Helado de limón 8 Unidades de Mandarina 1 Vaso de Cava	\$7.000

	1 Puñado de Hojas de menta 1 Cucharada postre de azúcar	
JUGO DE COROZO	Corozo Costeño 1 Libra(s) Agua 2 Litro(s)	\$7.000

- **AGUARDIENTE**

AGUARDIENTE	ACOMPAÑAMIENTO	COSTO
AGUARDIENTE NECTAR	Sal, Limón, Maní, Naranja. Papas Chips.	Litro \$100.000 ½ \$ 70.000
AGUARDIENTE LLANERO	Sal, Limón, Maní, Naranja. Papas Chips.	Litro \$ 110.000 ½ \$ 85.000
AGUARDIENTE DE PUTUMAYO	Sal, Limón, Maní, Naranja. Papas Chips.	Litro \$ 80.000 ½ \$ 65.000
AGUARDIENTE LIDER	Sal, Limón, Maní, Naranja. Papas Chips.	Litro \$ 70.000 ½ \$ 50.000
AGUARDIENTE TAPA ROJA	Sal, Limón, Maní, Naranja. Papas Chips.	Litro \$ 85.000 ½ \$ 60.000
AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO	Sal, Limón, Maní, Naranja. Papas Chips.	Litro \$ 115.000 ½ 85.000
AGUARDIENTE BLANCO	Sal, Limón, Maní, Naranja. Papas Chips.	Litro \$ 95.000 ½ \$ 65.000
AGUARDIENTE CRISTAL	Sal, Limón, Maní, Naranja. Papas Chips.	Litro \$ 100.000 ½ \$ 70.000
AGUARDIENTE QUINDIANO	Sal, Limón, Maní, Naranja. Papas Chips.	Litro \$ 85.000 ½ \$ 55.000

- **RON**

RON	ACOMPAÑAMIENTO	COSTO
RON MEDELLIN	Limón, Sal, Maní, Naranjada	Litro \$120.000 ½ \$ 75.000

RON VIEJO DE CALDAS	Limón, Sal, Maní, Naranjada	Litro \$ 110.000 ½ \$ 65.000
RON SANTAFE	Limón, Sal, Maní, Naranjada	Litro \$ 90.000 ½ \$ 75.000
RON ICL PURO COLOMBIA	Limón, Sal, Maní, Naranjada	Litro \$ 90.000 ½ \$ 65.000
RON CAUCANO	Limón, Sal, Maní, Naranjada	Litro \$ 85.000 ½ \$ 65.000
RON GORGONA	Limón, Sal, Maní, Naranjada	Litro \$ 75.000 ½ \$ 50.000
RON MARQUEZ DEL VALLE	Limón, Sal, Maní, Naranjada	Litro \$ 80.000 ½ \$ 65.000

- **CERVEZA**

CERVEZA	COSTO
CLUB COLOMBIA ROJA, NEGRA DORADA	\$3.500
AGUILA	\$3.000
AGUILA LIGHT	\$3.000
POKER	\$3.000
REDDS	\$4.000
PILSEN	\$3.000
COSTEÑA	\$3.000
MICHELADA	\$5.500

- **AGUA**

AGUA	COSTO
AGUA MANANTIAL	\$3.000
AGUA CRISTAL	\$3.000
AGUA CON GAS	\$3.500

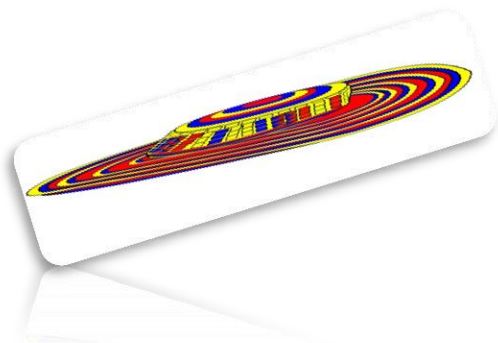
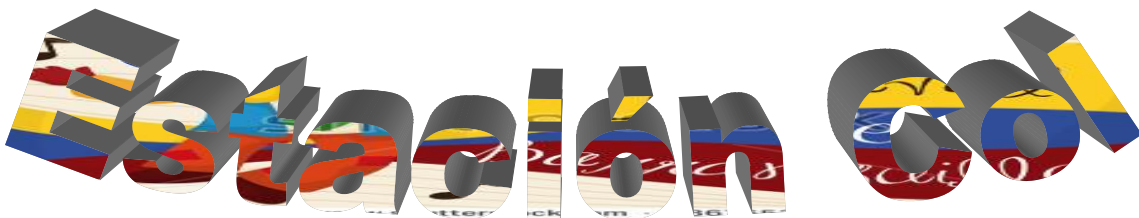
- **BEBIDAS AUTOCTONAS**

BEBIDAS AUTOCTONAS	COSTO
CHICA	\$6.000
CHIRRINCHI	\$8.000
REFAJO	\$6.000
MASATO	\$5.000
GUARAPO	\$7.000

ESTRATEGIA DE MARCA

LOGO

Nuestro logo, reúne una imagen única mostrando la bandera de nuestro país con esquema que representa y reúne una estación bar totalmente colombiana de típicas bebidas música, alegría en un solo lugar el sombrero volteado típico que muestra a los clientes un bar único, por su variedad, temática y música típica, los cual los va atraer por ser un bar diferente , acogedor en el sector



ESLOGAN

De Colombia para el mundo

Nuestro eslogan, es dar a conocer es un bar al mundo ,las costumbres ,cultura música ,danza , temática ,variedad de bebidas de nuestro país ,donde el mundo como es eslogan lo dice se transporte en cada región del país ,con armonía ,alegría sintiendo una identificación propia por Colombia , donde no se pierdan nuestras costumbres autóctonas ya que queremos rescatar, nuestras raíces que son de riqueza únicas en el mundo

ESTRATEGIA SERVICIO POSVENTA

En la estrategia del servicio posventa de, estación Col tenemos en cuenta la fidelización de nuestros clientes donde nos vamos a esforzar por conocer a nuestros clientes lo cual significa conocer los deseos y necesidades , en cuanto a bebidas ,música , se sientan en armonía en un lugar acogedor ,lo cual el cliente no decida buscar otras opciones .El buen servicio que vamos a ofrecer y prestar es algo primordial ya que con este el cliente detalla como es el servicio trato que se va a dar , lo cual nuestro equipo debe estar totalmente capacitado contar con la experiencia de servir ,a los clientes como pasión

Ofrecer varias alternativas a nuestros clientes a su pedido para que se sienta bien atendidos y se lleve una impresión positiva de estación col ,la escucha activa a nuestros empleados ,lo cual si algo no esta claro mejor preguntar , es la mejor forma de atender las necesidades de nuestros clientes ; el respeto en un bar es una máxima no solo hacia los clientes si no también entre empleados

La imagen de los empleados que sirven en nuestro bar forma parte del servicio, los clientes merecen que les atienda una persona limpia, y con buena presencia. De esta forma, el cliente tendrá la sensación de estar como en casa y sentirá mayor confianza en estación COL

La estrategia que tomaremos con nuestros clientes , es enviar a sus correos una encuesta de satisfacción para que evalúen el servicio que se las dado en estación col, que tan satisfechos se sienten en un lugar típico ,alegre como fueron atendidos por nuestro equipo de trabajo ,allí nos daremos cuenta de la fidelidad , de cómo el cliente se sienta a gusto de volver a Estación col

ESTRATEGIA PRECIO

Los productos serán 100% colombianos por lo tanto no aplican preferencias arancelarias todos pagaran el 19% de iva exigido por la ley, donde el pago será

de cada producto será en efectivo para agilizar el índice de ganancias, cada producto tendrá un margen de utilidad del 30% para su lanzamiento cada producto se bajara entre 1% y 3% para entra a competir si llega a desatar una guerra de precios esto los productos dejaran su margen de utilidad en 20 % todo esto se hará bajo la legislación colombiana vigente y todo de manera legal y correcta.

Tomamos la definición de los precios de esta manera ya que hicimos comparación entre bares como BBC, coffe and dreams, héroes, etc. Sacamos un promedio entre los precios que ellos ofrecen al público y comparamos con los precios que nos ofrecen los proveedores para obtener la ganancia al obtenerla buscamos un precio que pueda competir pero que nos de la ganancia para poder mantener nuestro bar

TIEMPO	VENTAS
2 MESES	\$ 8.000.000
6 MESES	\$ 35.000.000
1 AÑO	\$ 70.000.000
5 AÑOS	\$ 150.000.000

El valor de las ventas es estimado por año, sin contar la variación de precios que surjan en el mercado.

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

En 'Estación COL' se realiza la publicidad, a través de anuncios en la revista Plan TV y Novelas, revista gente, revista 15 minutos, carteles informativos en los hoteles Bogotá debido a que en estos lugares se encuentran extranjeros ansiosos por conocer parte de la cultura colombiana, volantes que se entregan en los centros comerciales y alrededores del sector de centro internacional, adicional a esto en las redes sociales como Facebook Instagram se creara una página oficial 'Estación Col' donde se publicaran nuestros eventos promociones fotos entre otros.

PLAN DE MEDIOS

1. Mediante la publicidad lo que se quiere es alcanzar un incremento generoso en ventas y darnos a conocer de manera innovadora.
2. Estación Col es un bar temático que va dirijo a cualquier persona natural pero sobre todo a extranjeros ' De Colombia para el mundo'
3. A través de anuncios en la revista TV y Novelas, revista gente, revista 15 minutos, carteles informativos en los hoteles Bogotá.



4. **DIMENSIONES:** ISO A4 (210 x 297 mm)

5. **PRESUPUESTO**

PUBLICIDAD: \$ 85.000.000

6. TIMING: 6 meses aproximadamente.

ESTRATEGIA DE PROMOCION

Las estrategias de promoción presentadas en Estación COL son: el Happy Hour para Shots en el horario de 4 p.m. a 7 p.m. de lunes a viernes. Programa Cliente Frecuente, consiste en llevar un record de consumos en el sistema identificando al cliente por número de Cédula y de esta forma acumular puntos para entregar Licores originales de la región que el cliente desee.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

En Estación COL, se adquieren los insumos directamente en los puntos distribuidores de cada empresa.

Se maneja un tipo de Distribución Indirecta, en consecuencia a que es un canal constituido por el productor, el consumidor final y al menos un nivel de intermediarios. El canal de distribución utilizado para los bienes de consumo es:

Productor - Mayorista -Detallista –Consumidor

PROYECCION DE VENTAS

INVERSIONES PREVIAS A LA PUESTA EN MARCHA

En estación COL, se emplea una depreciación anual para gran parte de los Activos por el uso y el deterioro que sufren cada uno de ellos.

- para el primer año de funcionamiento se necesita de los siguientes empleados:

Un administrador, con un contrato laboral a término fijo a tres meses prorrogables y un salario mensual de \$1.000.000.

Un auxiliar contable de tiempo completo, con un contrato por prestación de servicios y una remuneración mensual de \$500.000.

Un barman con horario de 5 p.m. a 2 a.m., con un contrato por prestación de servicios y una remuneración mensual de \$750.000.

Dos cocineros, el primero en el horario de 9 a.m. a 6 p.m. y el otro en el horario de 6 p.m. a 3 a.m., cada uno con un contrato laboral y una remuneración mensual de \$600.000 mensuales.

Tres meseros con rotación de turnos, con un contrato por prestación de servicios y el pago mensual de \$520.000 mensuales más propina.

La decisión para iniciar el funcionamiento de Estación COL es tomar al administrador a través de contrato laboral y al resto del personal por prestación de servicios. Esto debido a que si todo el personal está por nómina, la carga prestacional aumenta y afecta notoriamente las utilidades de la compañía.

La contratación laboral se realiza con el propósito de evaluar las dos opciones de vinculación mediante un comparativo que permita conocer lo más apropiado para la empresa y sus colaboradores.

Estación COL maneja una política de colchón de seguridad del 30% de Bebidas Alcohólicas con respecto a las ventas mensuales. 120 En lo referente a los alimentos por ser productos perecederos se maneja una política del 10% para carnes y verduras y del 20% para el resto de alimentos.

Gastos de Operación: Para el normal funcionamiento del Café Bar Nuestra Tierra, se incurre en los siguientes gastos

Por concepto de arrendamiento se estima un valor mensual de \$2.600.000 y de pago de administración de \$130.000

Los servicios Públicos de Acueducto y Alcantarillado, Energía, Teléfono y Gas Natural suman un valor aproximado mensual de \$527.000

Precios De acuerdo al Estudio de Mercados realizado, se plantea manejar un estándar de precios similar al de la Competencia en cuanto a los productos ofrecidos en común.

Políticas de efectivo

Se maneja saldo en caja de \$300.000,00 como base para el cambio a los clientes o imprevistos para compra de materia prima.

El pago a proveedores se realiza a 30 días

No se maneja ventas a crédito, sin embargo se reciben tarjetas de crédito, débito y bonos sodexho pass, lo cual hace que el 100% del ingreso de las ventas no se obtenga de inmediato

El pago de mano de obra se realiza de forma mensual.

PROYECTO DE UTILIDADES

Las utilidades son distribuidas en el periodo contable inmediatamente siguiente, entregando un 20% a los socios de la compañía y el 80% restante constituyen una Reserva Ocasional para la compra del local del Café Bar, esto quiere decir que la cuenta de Utilidad Acumulada siempre está en saldo cero.

En el estudio de mercados se estableció como política que Estación COL abarcaría un 25% de la participación de Ventas de la Competencia para el primer año de funcionamiento y realizaría un incremento anual del 5% de las ventas. En el Anexo O, se encuentra una proyección trimestral para el primer año.

Los costos fijos anuales para el normal funcionamiento DE Estación Col ascienden a \$113.480.000,00. En el caso de Estación Col el Costo Fijo Anual, está conformado por los gastos de arrendamiento, servicios públicos, gastos de personal, gastos de mantenimiento y gastos de depreciación

CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La Capacidad de Producción está directamente relacionada con el resultado arrojado por el Estudio de Mercados, donde se estima una demanda para días pico de 50 a 60 personas aproximadamente. Por lo tanto, se deben tener distribuidas 8 mesas cuadradas de 4 puestos cada una debido a que la encuesta .Realizada demuestra que la mayoría de las personas prefieren asistir a este tipo de establecimientos en grupo. Una pequeña parte de la muestra acuden pareja y Para estos consumidores se tiene 3 sofás dobles y 4 sillas en la barra. Por último de acuerdo con el Código de Policía se establece un área de fumadores; Conformada por 4 mesas cuadradas de 4 puestos cada una.

Distribución del Área

El área de Estación Col se distribuye de la siguiente manera:

Baños: Lugar donde las personas realizan sus necesidades fisiológicas. Se tendrán dos baños, cada uno con inodoro y lavamanos y se señalará uno para hombres y uno para mujeres, estarán ubicados al fondo costado derecho.

Depósito: Es el lugar donde se almacena el inventario de licores, alimentos, Café, envases y los utensilios necesarios para elaborar y entregar el producto final al cliente. El depósito se ubicará en el fondo, costado derecho seguido de los baños, con único acceso a través de la entrada a la barra, permitiendo mayor control y seguridad sobre el inventario.

Cocina: Espacio en el cual se encuentra ubicada la nevera, la estufa, la licuadora, el horno, los cubiertos y un mesón para manipular los alimentos bebidas. La cocina estará al lado del depósito con el fin de tener al alcance los inventarios para elaborar el producto final.

Tarima: Área del local, donde se realizan los diferentes eventos, como música en vivo, presentación de artistas nacionales video – conciertos y transmisión de partidos de fútbol de la selección Colombia, torneo local espacio que se dispondrá para estos programas es al fondo del establecimiento, parte central, puesto que de esta forma todos los espectadores tendrán visibilidad al espectáculo.

Mesas: El local tiene capacidad para doce juegos de mesas, cada una con cuatro sillas, de las cuales se distribuyen 8 en la parte central con una distancia Prudente, con el fin de facilitar el acceso de los meseros hacia los clientes para lograr prestar un buen servicio y las 4 mesas restantes se ubican al exterior del establecimiento, esto para brindar comodidad a los consumidores Catalogados como fumadores.

Sofás dobles: Espacio informal donde los clientes consumen los diferentes alimentos y bebidas ofrecidas. La ubicación de estos se encuentra situada contra la pared alrededor de la tarima, para tener una mayor comodidad y un ambiente diferente con respecto a los demás espacios del Café Bar

SERVICIO QUE SE OFRECERA

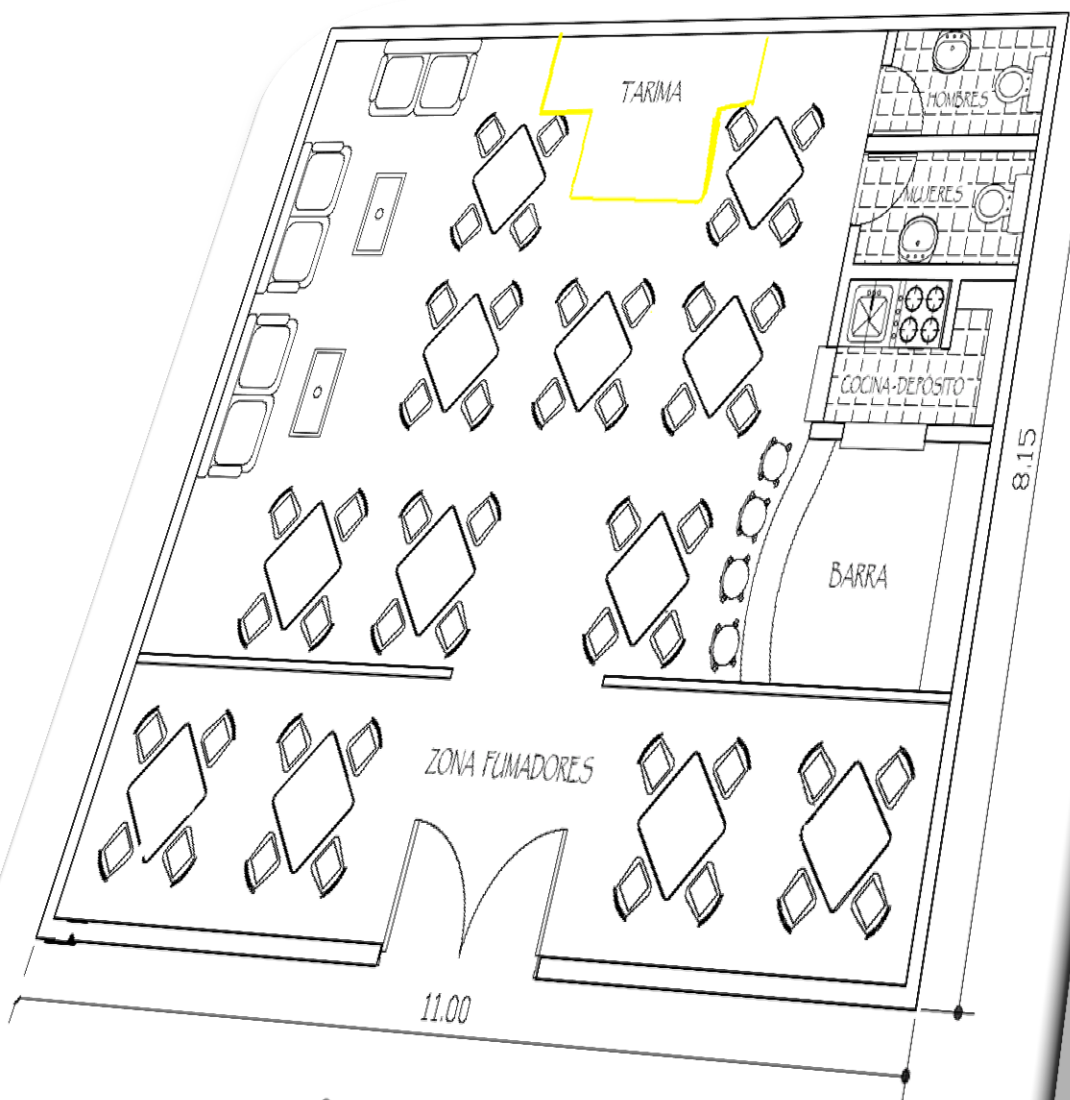
- El proceso para la elaboración de las bebidas, consta de las siguientes etapas:
 - Al momento que ingresa el cliente, el mesero se acerca y ofrece la

Ubicación disponible dentro del local.

- Posteriormente a la elección de la ubicación por parte del cliente, el mesero entrega la carta y toma el pedido correspondiente (original y copia)
- El mesero se acerca a la barra y entrega el pedido para que el Barman proceda a la elaboración del producto
- El barman alista los diferentes licores que debe mezclar para obtener el cóctel solicitado por el cliente y procede a su elaboración. En el caso de las bebidas de café se realiza primero el tipo café seleccionado en la máquina de capuchino y si es un licor puro, procede a realizar el alistamiento de la cristalería.
- Una vez elaborada la bebida, el barman decora el envase que se va a utilizar para el producto solicitado por el cliente, bien sean cócteles, licores, cervezas o bebidas de café
- El barman entrega la bebida correspondiente al mesero en la barra
- El mesero entrega la bebida al cliente, con sus respectivas servilletas y porta vasos.
- Tan pronto como el cliente termine de consumir la bebida, el mesero le pregunta si debe realizar una nueva orden de pedido, en caso afirmativo se retoma el proceso con el barman y en caso contrario se recoge el envase y/o cristalería.
- El mesero solicita la cuenta en la caja para entregar al cliente, recibe el

Dinero y entrega en la caja.

- El mesero entrega el Boucher de salida, junto con el cambio al cliente y procede a realizar la respectiva limpieza de la mesa.



PLANTA BAR



PRENDAS DE TRABAJO – DOTACION

La empresa realizará la entrega de la dotación a cada uno de sus trabajadores de acuerdo a las funciones que desempeñe y a lo estipulado por la ley. La entrega de La dotación se realizará tres veces al año y su uso es obligatorio dentro del horario E instalaciones de trabajo. El trabajador es responsable de mantener en perfecto estado sus uniformes para brindar una buena imagen a las personas que visitan el Establecimiento.

PROVEEDORES E INSUMOS

Los proveedores son la fase inicial del flujo de materiales y por lo tanto es indispensable realizar una correcta selección de ellos, debido a que en este tipo de negocio planteado en la investigación, un producto defectuoso atenta directamente la salud del cliente. La lista de los proveedores seleccionados .Por lo tanto, las siguientes especificaciones son necesarias al momento de elegir los proveedores del Café Bar:

- Calidad de los insumos, lo que permite fabricar un producto en excelentes condiciones.
- El precio es un factor que afecta directamente los costos de la empresa, sin Embargo es importante que más que un precio bajo en los insumos, sea un Precio justo por el buen estado de los alimentos y bebidas que se adquieren.

Adicionalmente, se deben generar acuerdos de negociación con el proveedor para alcanzar descuentos por pronto pago o por compra de altos volúmenes de mercancía


- La cobertura que brinden los proveedores facilita la disponibilidad inmediata del producto y el transporte adecuado para conservar el buen estado de los insumos.
- Es importante que el proveedor tenga la suficiente capacidad y responsabilidad de suministrar los insumos en el momento oportuno, en la cantidad solicitada y la calidad apropiada, con el fin de no generar inconvenientes en la empresa por falta de inventarios.
- El servicio prestado por el proveedor es indispensable para mantener las buenas relaciones a lo largo del ciclo de vida de la empresa, debido a que se busca que el proveedor aparte de brindar los insumos como los requiere Estación Col tenga la capacidad de cubrir contingencias y brindar soluciones, a los problemas que se puedan presentar con los inventarios.

Al igual que los proveedores la materia prima también juega un papel importante en el proceso de compra, debido a que esta interviene en el proceso productivo y financiero de la empresa. Los insumos que se requieren para el buen funcionamiento de Estación Col

ELABORACIÓN DE CÓCTELES

El Diagrama de Flujo para la elaboración de cócteles permite conocer el procedimiento desde la recepción y el manejo de la materia prima, hasta preparar y servir el cóctel para ser entregado al cliente. Este diagrama de flujo, no maneja estudio de tiempos debido a que algunas de las operaciones descritas en el esquema, no se llevan a cabo el mismo día.

Transporte 

Demora 

Operación 

Inspección 

Almacenamiento 

ACTIVIDAD























































- 1 Recepción de licores
- 2 Inspección de la Materia Prima
- 3 Transporte de la M.P. a la bodega
- 4 Almacenamiento de la Materia Prima
- 5 Transporte de la M.P. a la barra
- 6 Alistamiento de la cristalería
- 7 Alistamiento de la decoración
- 8 Decorado de la cristalería
- 9 Alistamiento de implementos (maquinaria)
- 10 Mezcla de licores
- 11 Espera
- 12 Inspección de la mezcla obtenida
- 13 Servir el cóctel en la cristalería

ESTUDIO DE TIEMPOS Y MOVIMIENTOS

Para el alistamiento de la operación diaria del Café Bar

El estudio de la operación diaria del local, describe las actividades que se deben Realizar con anterioridad a la apertura diaria del local al cliente, con el fin de brindar una imagen de limpieza y orden.

El siguiente Diagrama de Flujo no presenta estudio de tiempos debido a que no toda la preparación de productos intermedios, dura el mismo tiempo

DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL ALISTAMIENTO DE LA OPERACION DIARIA EN EL CAFÉ BAR		SIMBOLOGÍA	
			Transporte
			Demora
			Operación
			Inspección
			Almacenamiento
ACTIVIDAD	SIMBOLOGIA	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	
1	    	Entrada del Personal	
2	    	Inspección de los equipos	
3	    	Limpieza de equipos	
4	    	Limpieza del local	
5	    	Revisión de inventarios	
6	    	Preparación de productos intermedios	
7	    	Inspección de productos intermedios	
8	   	Refrigeración de productos intermedios	
9	    	Alistamiento de Personal	
10	    	Apertura del local	

MAQUINARIA Y EQUIPO

La elección del equipo requerido para la operatividad diaria del proyecto es de vital importancia debido a que debe cumplir con una serie de características, como que la maquinaria debe ser fácil de transportar, operar, limpiar, dar buen servicio cómoda de reparar y debe suministrar mecanismos de seguridad para el ambiente en el que se encuentre.

Máquina para capuchino:

Especificaciones:

- Incluye llaves para agua caliente y vapor.
- Indicador de nivel de presión y válvula de Seguridad.

Material: caldera de acero inoxidable y grupos de Bronce que permiten una presión equilibrada del Agua caliente sobre el café.

- Accionamiento: operación manual por medio de La palanca, por lo que no requiere motobomba o Alta presión para preparar el café.



Licuada

Especificaciones:

- Motor de 4 velocidades
- Material: Vaso de vidrio y motor en de acero Inoxidable.
- Accionamiento: operación manual por medio



Digital

- Función: Sirve para triturar y licuar hielo y

Nevecón

Especificaciones:

Altura de 12 pies y con diferentes
Compartimentos para congelar y almacenar los
Alimentos.

- Material: Aluminio
 - Accionamiento: funciona con energía eléctrica
- Función: Sirve para conservar los alimentos y
Mantener bebidas frías.



Horno Microondas

Especificaciones:

- 0.7 pies cúbicos
- Material: Aluminio
- Accionamiento: funciona con energía eléctrica y
Operación digital

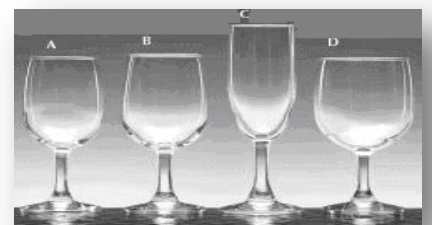


Función: Calentar alimentos y bebidas de forma ágil.

Juego de Copas

Especificaciones:

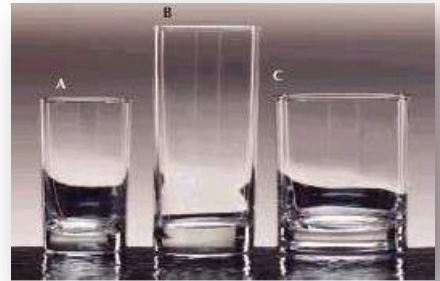
- Cristalería para agua, vino y cócteles
- Material: Vidrio
- Función: Permite colocar líquidos en su interior



Juego de Vasos

Especificaciones:

- Cristalería para bebidas sin licor y licores sin Mezclar
- Material: Vidrio
- Función: Permite colocar líquidos en su interior



Juego de Vasos Cerveceros

Especificaciones:

- Cristalería para cerveza
- Material: Vidrio
- Función: Permite colocar cerveza en su interior y Mejorar su presentación



CONCLUSIONES

La iniciativa de la puesta de crear un bar como Estación Col con identidad 100% colombiana, se generó con el fin de brindar, ofrecer productos, bebidas y un servicios totalmente nacional y colombiano en un mismo lugar, debido a que en el sector del centro Internacional es importante encontrar un establecimiento que reúna todas estas características típicas, criollas para satisfacer las necesidades del cliente nacional y extranjero

El estudio de mercados realizado, arrojó que este tipo de establecimiento tiene gran aceptación en el sector de investigación debido a los productos como bebidas colombianas de cada región servicios adicionales e infraestructura colombiana que tuvo un grado de aprobación del 85% y esto a su vez se convierte en una ventaja competitiva, que permite atraer por medio de reconocimiento y publicidad a colombianos y extranjeros que quieren ver el lado positivo del país y rescatar las raíces autóctonas de Colombia encontradas en un solo lugar

La creación Estación Col con identidad colombiana, tiene un impacto social y ambiental positivo para el sector, puesto que se pretende alcanzar un porcentaje alto de participación en los clientes locales, nacionales y extranjeros aumenta su actual reconocimiento.

El estudio técnico permitió establecer las características de la maquinaria y equipo y medir la infraestructura de 89,65 metros cuadrados, para la operatividad diaria del establecimiento. De igual forma, determinar los tiempos, procesos y personal

Para cada uno de los puestos de trabajo. Por medio del diagnóstico del entorno interno y externo de la compañía se analizó que los factores más relevantes son las fortalezas y oportunidades.

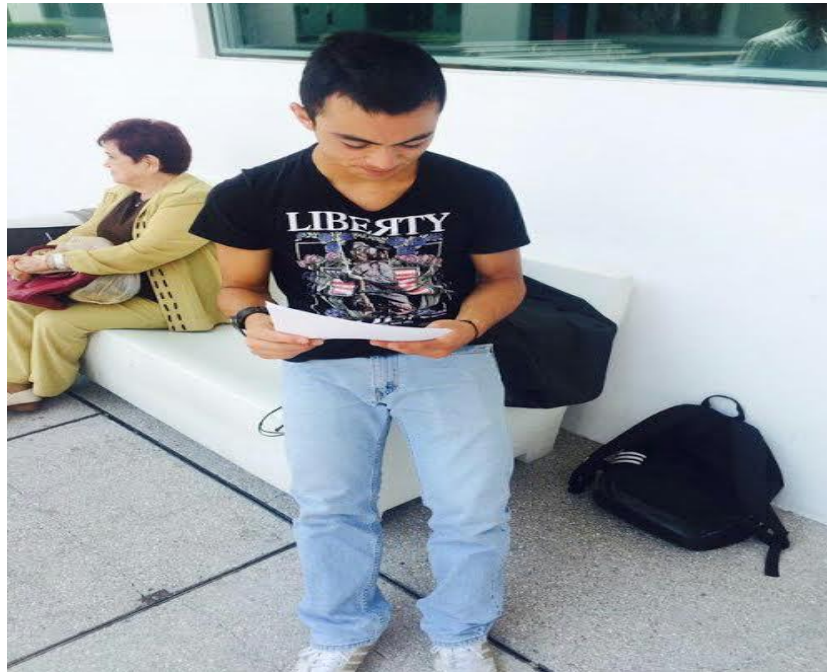
Que contrarrestan las debilidades y amenazas que pueden afectar el desempeño de la organización.

BIBLIOGRAFIA

- BACA CURREA, Guillermo. Ingeniería Económica. Colombia. Fondo Educativo
- CAMACHO CUELLAR, Jairo. Las mejores recetas de cocina. Colombia. Educar. 1989
- CHIAVENATO, Adalberto. Administración de los recursos humanos. Segunda Edición. Bogotá. Mc Graw Hill. 1998
- www.ccb.org.co
- www.asobares.org
- encolombia.com
- CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración.

Evidencias







Encuestas Respondidas

Diseño De Preguntas

Gustos

1. Le gusta las mezclas de frutas con bebidas fermentadas

O. si

40

B. no

20

2. Cuáles de estas bebidas Colombianas son
apetecidas por usted

a. Canelado	20
b. Lulada	10
c. Guarapo	6
D. Todas las anteriores	24

3. Que de sorbetes le gusta mas

a. sorbete de Guanabana	18
b. sorbete de borjo	15
c. sorbete de fresa	12

4. El jugo de corozo de que parte del país es ?

a. Región Andina	10
b. Región Pacífico	5
c. Región de la amazonia	12
<input type="radio"/> Región Del Caribe	33

5. Se siente satisfecho en encontrar un bar con cultura totalmente colombiana?

<input checked="" type="radio"/> a. si	50
b. no	10

6. Le gustaría encontrar un bar que rescate la cultura de nuestro país, bebidas música y danza?

<input type="radio"/> a. si	55
b. no	5

7. Conoce usted todas las bebidas típicas colombianas, encontradas en un solo lugar, con armonía, música típica

a. si	2
<input checked="" type="radio"/> b. no	58

8. Le gustaría conocer un lugar donde se reúnan cada fin de semana artistas nacionales se rescate nuestra música y cultura?

Q.si	59
b.no	1

9. A probado usted en un bar bebidas típicas como jugo de borojo ,canelazo shamos , jugo de corozo?

Q.SI	40
b.no	20

10. Que Bebida Típica Colombiana No conoce usted

a.Cholao	15
B.Jugo de corozo	14
QBrebaje de Bruja	25
d.Limonada de Patilla	6